

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian, penulis membaca realitas lapangan dan membandingkannya dengan teori dan tema yang relevan. Selain itu, penelitian risalah sebelumnya yang digunakan dianalisis persamaan dan perbedaannya dengan penelitian sebelumnya. Berikut ini adalah deskripsi dari survei yang dilakukan..



No	Judul	Penulis	Metode	Hasil
1	Upaya orang tua dalam mengatasi kecanduan penggunaan internet pada anak usia dini di Desa Mandiraja, Kecamatan Mandiraja, Kabupaten Banjarnegara	Yunda Catur Bintoro	Kualitatif	Hasil penelitian ini menemukan bahwa Upaya Orang Tua dalam Mengatasi Kecanduan Internet di Anak yaitu (a) pendampingan penggunaan internet di anak, (b)

				<p>batasi</p> <p>penggunaan</p> <p>internet pada</p> <p>anak, (c) pilih</p> <p>sesuai usia anak</p>
2	<p>Digital Parenting</p> <p>sebagai Upaya</p> <p>Mencegah Kecanduan</p> <p>Gadget pada Anak</p> <p>Usia Dini saat</p> <p>Pandemi Covid - 19</p>	<p>Farida Agus</p> <p>Setyawati</p> 	Kualitatif	<p>Hasil penelitian</p> <p>memberikan</p> <p>bahwa aturan</p> <p>orang tua pada</p> <p>menerapkan</p> <p>covid-19 Digital</p> <p>parenting di masa</p> <p>pandemi adalah</p> <p>upaya mencegah</p> <p>kecanduan</p> <p>internet</p> <p>Anak usia dini</p> <p>adalah</p> <p>manajemen</p> <p>ketika</p> <p>menggunakan</p> <p>Internet, dan</p>

				<p>ketika ditemani oleh anak-anak</p> <p>Gunakan internet dan gunakan perangkat lunak YouTube Kids untuk memantau aktivitas penjelajahan Anda</p> <p>Digunakan, jangan perkenalkan game kepada anak-anak, terapkan waktu layar</p>
3	<p>Disiplin digital dan mediasi media oleh orang tua pada anak usia dini saat pandemi COVID - 19</p>	<p>Nor Izzatil Hasanah</p>	<p>Kualitatif</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola disiplin yang diterapkan oleh penelitian ini</p>



			<p>terdapat 3 macam, yaitu: mengurangi intensitas serta durasi akses perangkat digital, memitigasi konten, dan menggabungkan keduanya. Pola disiplin tadi dilakukan dengan beberapa strategi, yaitu: pengalihan aktivitas; pembatasan durasi atau situasi, penghambatan akses, dan pembiasaan</p>
--	--	--	---



4	<p>Mitigasi Resiko Gadget melalui Pendampingan orang tua pada Masa Pandemi Covid-19</p>	Harun	Kualitatif	<p>Hasil penelitian ini membagikan bahwa mitigasi resiko penggunaan internet di anak di masa pandemi covid - 19 mampu diupayakan melalui pendampingan orang tua.</p>
5	<p>PERAN POLA ASUH ORANG TUA DALAM MENGURANGI KETERGANTUNGAN GADGET DI MASA PANDEMIC</p>	Totok Wahyudi	Kualitatif	<p>Virus corona merupakan bagian dari keluarga virus yang menyerang makhluk hidup seperti manusia dan hewan. Selama</p>



pandemic covid-19 berlangsung, pemerintah gencar mensosialisasikan kebijakan 'work from home' guna mengurangi penyebaran virus. Hal ini menyebabkan pengguna sosial media pun menjadi meningkat sangat drastis. Anak-anak pun juga tak luput menggunakan sosial media sebagai sarana pembelajaran. banyak ke

				<p>khawatiran orang tua ketika sang anak terus aktif disosial media salah satunya adalah kecanduan internet. Namun, itu semua dapat diatasi apabila orang tua terus melakukan pengawasan terhadap kegiatan anak selama menggunakan internet.</p>
--	--	--	--	--



Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

Dari tabel penelitian terdahulu di atas terdapat tiga penelitian yang dianggap relevan serta berkaitan. Penelitian tersebut dijadikan sebagai sumber referensi karena terdapat beberapa persamaan dan perbedaan. Ialah sebagai berikut :

Pertama, penelitian terdahulu yang ingin penulis jadikan perbandingan adalah penelitian yang dilakukan oleh Yunda Catur Bintoro, dengan judul "Upaya orang tua dalam mengatasi

kecanduan penggunaan internet pada anak usia dini di Desa Mandiraja, Kecamatan Mandiraja, Kabupaten Banjarnegara". Persamaan penelitian di atas dengan peneliti terletak pada pendekatan penelitian yang digunakan, yaitu menggunakan penelitian kualitatif. Di sisi lain, perbedaan antara peneliti terletak pada teori penelitian. Penulis menggunakan teori fenomenologi dan paradigma lasswell, sedangkan Yunda Catur Bintoro tidak menjelaskan teorinya di dalam penelitiannya.

Kedua, penelitian terdahulu yang ingin penulis jadikan perbandingan adalah penelitian yang dilakukan oleh Farida Agus Setyawati dengan judul "Digital Parenting Sebagai Upaya Mencegah Kecanduan Gadget Pada Anak Usia Dini Saat Pandemi Covid - 19". Persamaan penelitian di atas dengan peneliti terletak pada pendekatan penelitian yang digunakan, yaitu penelitian kualitatif. Sementara, perbedaan penelitian, terletak pada teori yang digunakan. Penulis menggunakan teori fenomenologi dan paradigma lasswell, sedangkan Farida Agus Setyawati tidak menerangkan, teori apa yang dipakai pada penelitiannya, namun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh Farida adalah teknik wawancara.

Ketiga, penelitian terdahulu yang ingin penulis jadikan perbandingan adalah penelitian yang dilakukan oleh Nor Izzatil Hasanah dengan judul "Disiplin Digital Dan Mediasi Media Oleh Orang Tua Pada Anak Usia Dini Saat Pandemi Covid - 19". Persamaan penelitian di atas dengan peneliti terletak pada pendekatan penelitian yang digunakan, yaitu penelitian kualitatif. Sementara, perbedaan penelitian, terletak pada teknik pengumpulan data. Penulis menggunakan teknik pengumpulan data wawancara dan observasi, sedangkan Nor Izzatil Hasanah menggunakan teknik pengumpulan data wawancara saja.

Keempat, penelitian terdahulu yang ingin penulis jadikan perbandingan adalah penelitian yang dilakukan oleh Harun dengan judul " Mitigasi Resiko Gadget Melalui Pendampingan Orang Tua Pada Masa Pandemi Covid - 19 ". Persamaan penelitian diatas dengan peneliti terletak pada pendekatan penelitian yang digunakan, yaitu penelitian kualitatif. Sementara perbedaan penelitian terletak pada teknik pengumpulan data. Penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara dan observasi, sedangkan Harun dengan cara wawancara saja.

Kelima, penelitian terdahulu yang ingin penulis jadikan perbandingan adalah penelitian yang dilakukan oleh Totok Wahyudi dengan judul " Peran Pola Asuh Orang Tua Dalam Mengurangi Ketergantungan Gadget dimasa Pandemi". Persamaan penelitian diatas dengan peneliti terletak pada pendekatan penelitian yang digunakan, yaitu penelitian kualitatif. Sementara, perbedaan penelitian terletak pada teori yang digunakan. Peneliti menggunakan teori fenomenologi dan paradigma lasswell, sedangkan Totok Wahyudi, tidak menjelaskan tentang teori nya di dalam penelitian nya.

2.2. Kerangka Teori

2.2.1. Teori Fenomenologi

Tradisi penelitian ilmu sosial dan teori komunikasi memiliki beberapa pendekatan yang dapat digunakan untuk mengetahui dan menganalisis ilmu-ilmu sosial yang ada dalam diri manusia. Salah satu kesalahan dalam pendekatan teoretis ilmu komunikasi berarti pendekatan fenomenologis. Tradisi fenomenologis berfokus pada pengalaman individu seseorang. Teori komunikasi, yang termasuk dalam tradisi fenomenologi, percaya bahwa manusia dapat secara aktif menafsirkannya dan mengetahui lingkungan melalui pengalaman pribadi dan pribadi menggunakan lingkungan. Akibatnya, dapat dikatakan bahwa tradisi

fenomenologis ini lebih terkait dengan penekanan pada persepsi dan interpretasi tentang asal mula pengalaman individu manusia .

Istilah fenomenologi secara etimologis berasal dari istilah realitas dan logo. Fenomena ini berasal dari kata kerja Yunani —phainesthai yang berarti melihat, dan dari akar kata phaino, hantu, dan zat berpendar, yang berarti cahaya atau sinar. berasal istilah itu terbentuk kata kerja , tampak , terlihat karena bercahaya . Dalam bahasa Indonesia artinya Cahaya. Secara harfiah , realitas diartikan sebagai tanda atau sesuatu .

Teori tradisi fenomenologis mengandaikan bahwa orang secara aktif menafsirkan pengalaman mereka dan menggunakan pengalaman pribadi mereka untuk mencoba memahami global. Stanley Dietz merangkum tiga prinsip dasar fenomenologi. Pertama, pengetahuan hanya ditemukan dalam pengalaman sadar. Kita akan mengetahui dunia yang terkait dengannya. Kedua, makna hal-hal terdiri dari kekuatan hal-hal dalam hidup. Dengan kata lain, hubungan dengan objek menentukan makna dari objek tersebut. Prinsip ketiga adalah bahwa bahasa adalah sarana makna . Kita mengalami global melalui bahasa yang digunakan untuk mendefinisikan dan mengekspresikannya.

Proses interpretasi sangat penting dan merupakan pusat fenomenologi . Interpretasi adalah proses positif yang memberi makna dari pengalaman . Dari tradisi fenomenologis, interpretasi merupakan realitas bagi individu. Dengan cara ini, proses interpretasi terus berkembang dan berubah selama seseorang hidup selama pengalaman menggunakan Makna yang diberikan setiap kali bertemu dengan pengalaman baru. Dalam tradisi fenomenologis

ini dibagi lagi menjadi tiga bagian. Artinya Seperti yang ditunjukkan oleh gambaran konsekuensi Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2020), jumlah klien Internet selama pandemi adalah 196,71 juta, dan tarif masuk 73,7% dari 266,91 juta penduduk Indonesia. Web berkembang selama pandemi karena pendekatan pemisahan sosial yang telah berubah menjadi bagian penting dari latihan individu yang sangat membentuk kebiasaan.

Penggunaan internet yang tertunda dan menjadi kecenderungan dengan mengendarai web secara konsisten dalam ilmu otak sering disebut sebagai paksaan web. Istilah ketergantungan web pertama kali dikemukakan oleh Young (1998). Perbudakan web dicirikan sebagai disregulasi tergesa-gesa dari penggunaan Internet dan secara tidak menguntungkan mempengaruhi pelaksanaan kehidupan sehari-hari, koneksi keluarga, dan kedekatan rumah (Wang, Wu, dan Lau, 2003, 2016).

Kompulsi web campur aduk sebagai dorongan perilaku mengendarai web yang tidak terkendali yang dipengaruhi oleh non-narkoba, seperti yang dikomunikasikan oleh penyalahgunaan web, menghasilkan masalah sosial-mental kritis pada orang.

Mengingat definisi di atas, cenderung dianggap bahwa paksaan web adalah disregulasi motivasi saat melibatkan web dan memengaruhi sebagian besar latihan dalam kehidupan sehari-hari.

Langkah-langkah untuk menunjukkan seseorang sebagai pecandu Internet mencakup bias yang tidak terkendali terhadap Internet, efek samping penarikan ketika Internet digunakan, ketahanan, penggunaan Internet yang ekstrem,

kehilangan minat, dan upaya yang tidak efektif untuk mengendalikan penggunaan Internet adalah orang-orang yang seharusnya tidak bergantung pada internet biasanya tidak merasa terikat dengan internet dan tidak memiliki kualitas aturan fiksasi web seperti ketidakmampuan di rumah, ketegangan, dan kegelisahan saat tidak menggunakan internet.

Menurut Maurice Merleau - Ponty, pendukung teori ini menyatakan bahwa manusia adalah makhluk dengan kesatuan jasmani dan rohani yang memberi arti bagi dunianya. Kita mengetahui sesuatu hanya melalui hubungan eksklusif dengannya. Sebagai manusia, kita dipengaruhi oleh dunia luar dan lingkungan, tetapi di sisi lain, dunia di sekitar kita dipengaruhi oleh cara kita mengalami dunia.

Persepsi adalah proses dimana manusia memperoleh pengetahuan baru sebagai hasil dari pemberian makna pada indranya. Persepsi menggantikan sensasi menjadi informasi. Persepsi mengacu pada pengalaman objek, insiden, atau korelasi yang diperoleh dengan menebak informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi berarti menyampaikan makna rangsangan sensorik (sensory stimuli). Persepsi dapat mempengaruhi berbagai faktor, pribadi, kontekstual, fungsional dan struktural. Perhatian, konsep fungsional dan struktural merupakan faktor yang memiliki pengaruh besar terhadap persepsi terhadap sesuatu.

Fenomenologi Schutz sebenarnya adalah penekanan pada penelitian dan observasi, dan khususnya perspektif baru pada penemuan makna yang dibangun dari pengalaman kehidupan sehari-hari yang ada dalam kerangka penelitian dan pengembangan ilmu-ilmu sosial yang lebih luas. Fenomenologi adalah

metode yang digunakan manusia untuk memahami dunia melalui pengalaman langsung . Sebagai hasil dari fenomenologi, pengalaman aktual merupakan data utama pemahaman empiris. Apa yang bisa diketahui adalah apa yang dia alami. Orang mengetahui pengalaman dan peristiwanya dengan secara sadar mengujinya melalui emosi, dan asumsi utama fenomenologi adalah bahwa manusia secara aktif menguji pengalamannya dengan mengomunikasikan makna dari sesuatu yang dialaminya. Adalah untuk menafsirkan. Oleh karena itu, interpretasi berarti tindakan kreatif, proses aktif yang memberi makna pada tindakan menuju makna. Fenomenologi yang dirumuskan oleh Husserl pada awal abad ke - 20 menekankan pada globalitas yang muncul kepada kita sebagai manusia. Tujuannya adalah untuk kembali ke apa yang kita lihat dan untuk mengecualikan atau mengunci apa yang sudah kita ketahui dari mereka. Dalam istilah lain, fenomenologi tertarik pada dunia yang dialami manusia dalam bentuk pernyataan amorf tentang kealaman dunia umum pada waktu tertentu, dalam situasi tertentu.

Tahapan penelitian fenomenologi menurut Husserl.

Pertama, Epoché, Husserl menggunakan istilah ini untuk membebaskan mereka dari prasangka. Epoché digunakan untuk mengesampingkan evaluasi objek, bias, dan pertimbangan awal. Dalam istilah lain, epoché adalah pemutusan menggunakan pengalaman dan pengetahuan kita sebelumnya. Epoché menyampaikan perspektif baru tentang berbagai hal, sehingga kita dapat menggunakannya untuk membentuk inspirasi, emosi, kesadaran, dan pemahaman baru.

Kedua, reduksi, ketika kita mengalami sesuatu, reduksi itu akan membawa kita kembali. Ini mengembalikan asumsi asli dan mengembalikan sifat alami mereka. Reduksi fenomenologis bukan hanya cara melihat, tetapi juga cara mendengarkan realitas dengan pencerahan dan perhatian. Singkatnya, reduksi adalah cara melihat dan mendengarkan realitas dalam tekstur dan makna aslinya. Oleh karena itu, tugas mereduksi fenomenologi adalah menyebutkan dalam struktur linguistik seperti apa objek itu.

Ketiga, variasi khayalan, tugas variasi khayalan dimungkinkan dengan menggunakan imajinasi, kerangka acuan, pemisahan dan pembalikan, dan pendekatan terhadap fenomena dari perspektif, posisi, peran, dan fungsi yang berbeda adalah untuk mencari makna. Tujuannya tidak lain adalah untuk mencapai deskripsi struktural pengalaman. Asal mula tahapan ini bermakna dan bergantung pada asal mula bisikan hati sebagai cara untuk mengintegrasikan struktur ke dalam esensi fenomena.

Keempat, Sintetis makna serta esensi berarti istilah terakhir dari penelitian fenomenologis. Fase ini berarti secara intuitif mengintegrasikan dasar-dasar tekstur dan deskripsi struktur ke dalam satu pernyataan yang menggambarkan sifat dari keseluruhan fenomena. Husserl mendefinisikan esensi sebagai sesuatu yang umum dan berlaku universal, kondisi atau kualitas seperti itu. Esensinya tidak pernah terungkap sepenuhnya. Integrasi struktur tekstur dasar mewakili esensi ini pada waktu dan wilayah tertentu, dan studi imajinatif dan refleksif dari fenomena.

Dalam studi fenomenologis, Stanley Dietz menyimpulkan tiga prinsip dasar:

- a. Pengetahuan ditemukan langsung dalam pengalaman sadar. Kita akan mengetahui dunia ketika kita bermitra dengan pengalaman itu sendiri.
- b. Makna sebuah objek terbentuk dari kekuatan objek tersebut dalam kehidupan. Bagaimana kita berhubungan dengan hal-hal menentukan apa artinya bagi kita.
- c. Bahasa adalah sarana makna. Kami mengalami global melalui bahasa yang digunakan untuk mendefinisikan dan mengekspresikan dunia itu.

2.2.2. Paradigma Lasswell

Lasswell mengatakan cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut:

Paradigma Lasswell di atas menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dan menunjukkan bahwa komunikasi memiliki lima komponen.

1. Komunikator (siapa bilang?)
2. Pesan (apa yang Anda katakan?)
3. Media (Saluran/saluran/media yang mana?)
4. Berkomunikasi (kepada siapa?)
5. Efek (Efek/efek seperti apa?)

Jadi, berdasarkan paradigma Lasswell, secara sederhana, proses komunikasi adalah bahwa komunikator membentuk (mengkodekan) sebuah pesan, menyampaikannya kepada penerima melalui saluran tertentu, dan memiliki efek tertentu.

2.2.3. Teori Strategi Komunikasi

Untuk mencapai komunikasi yang efektif diperlukan suatu strategi komunikasi yang baik. Strategi merujuk pada pendekatan komunikasi menyeluruh yang akan diambil dalam rangka menghadapi tantangan yang akan dihadapi selama berlangsungnya proses komunikasi. Berbagai pendekatan dapat dilakukan tergantung pada situasi dan kondisi, misalnya pendekatan kesehatan masyarakat, pendekatan pasar bebas, model pendidikan, atau pendekatan konsorsium. Salah satu dari pendekatan-pendekatan itu dapat dianggap sebagai dasar dari sebuah strategi dan berfungsi sebagai sebuah kerangka kerja untuk perencanaan komunikasi selanjutnya. Sebuah strategi hendaknya menyuguhkan keseluruhan arah bagi inisiatif, kesesuaian dengan berbagai sumber daya yang tersedia, meminimalisir resistensi, menjangkau kelompok sasaran, dan mencapai tujuan inisiatif komunikasi.

Dari uraian singkat di atas, apakah yang dimaksud dengan strategi? Menurut Onong Uchjana Effendy (1984 : 35), intinya strategi adalah perencanaan atau *planning* dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan yang hanya dapat dicapai melalui taktik operasional. Sebuah strategi komunikasi hendaknya mencakup segala sesuatu yang dibutuhkan untuk mengetahui bagaimana berkomunikasi dengan khalayak sasaran. Strategi komunikasi mendefinisikan khalayak sasaran, berbagai tindakan yang akan dilakukan, mengatakan bagaimana khalayak sasaran akan memperoleh

manfaat berdasarkan sudut pandangnya, dan bagaimana khalayak sasaran yang lebih besar dapat dijangkau secara lebih efektif.

Sementara itu, menurut Mohr dan Nevin mendefinisikan sebuah strategi komunikasi sebagai penggunaan kombinasi faset-faset komunikasi dimana termasuk di dalamnya frekuensi komunikasi, formalitas komunikasi, isi komunikasi, saluran komunikasi (Kulvisaechana, 2001 : 17-18).

Untuk mengimplementasikan strategi komunikasi dibutuhkan taktik atau metode yang tepat. Taktik dan strategi memiliki keterkaitan yang kuat. Jika sebuah strategi yang telah kita susun dengan hati-hati adalah strategi yang tepat untuk digunakan, maka taktik dapat dirubah sebelum strategi. Namun, jika kita merasa ada hal yang salah pada tataran taktik maka kita harus mengubah strategi.

2.2.4. Tujuan Strategi Komunikasi

Dalam dunia bisnis, tujuan strategi pada umumnya adalah untuk menentukan dan mengkomunikasikan gambaran tentang visi perusahaan melalui sebuah sistem tujuan utama dan kebijakan. Strategi menggambarkan sebuah arah yang didukung oleh berbagai sumber daya yang ada. Sementara itu, menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett menyatakan bahwa strategi komunikasi memiliki 3 (tiga) tujuan, yaitu (Effendy, 1984 : 35-36) :

1. To secure understanding – memastikan pesan diterima oleh komunikan.

2. To establish acceptance – membina penerimaan pesan.
3. To motivate action – kegiatan yang dimotivasikan.

Strategi komunikasi yang dilakukan bersifat makro dan proses strategi komunikasi berlangsung secara vertikal piramidal.

Telah disebutkan sebelumnya bahwa dalam komunikasi terdapat beberapa komponen yang mendukung berjalannya proses komunikasi. Berbagai literatur menyatakan bahwa terdapat sebuah paradigma atau formula yang sering digunakan untuk mengetahui komponen-komponen komunikasi. Paradigma atau formula itu adalah paradigma atau formula yang dikemukakan oleh Harold D. Lasswell. Melalui paradigma atau formula yang telah dirumuskannya, Harold D. Lasswell mencoba untuk memberikan penjelasan kepada kita bahwa untuk mengetahui apa saja yang menjadi komponen-komponen komunikasi maka harus menjawab beberapa pertanyaan seperti Who Says What In What Channel To Whom With What Effect.

Jika kita menjawab pertanyaan-pertanyaan itu maka dapat kita ketahui komponen-komponen komunikasi yaitu komunikator, pesan, media atau saluran komunikasi, khalayak, dan efek. Penjelasan secara lebih detil tentang paradigma atau formula Lasswell ini pun telah digambarkan ke dalam sebuah model komunikasi yaitu model komunikasi Lasswell.

Formula Lasswell ini tidak luput dari kritik yang salah satunya datang dari Gerhard Maletzke. Maletzke menyatakan bahwa paradigma atau formula yang dikemukakan oleh Lasswell tidak mempertimbangkan hal yang sangat

penting yakni tujuan yang akan dicapai oleh komunikator. Tidak sedikit ahli yang menyatakan bahwa tujuan komunikasi hendaknya dinyatakan secara eksplisit karena tujuan komunikasi berkaitan erat dengan khalayak sasaran dalam strategi komunikasi.

Komponen Komunikasi dan Strategi Komunikasi

Dalam strategi komunikasi perlu mempertimbangkan berbagai komponen dalam komunikasi karena komponen-komponen itulah yang mendukung jalannya proses komunikasi yang sangat rumit. Selain komponen-komponen komunikasi, hal lain yang juga harus menjadi bahan pertimbangan adalah faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi serta hambatan-hambatan komunikasi.

Berikut diulas tentang 4 (empat) komponen utama komunikasi yang menjadi pusat kajian dalam strategi komunikasi.

a. Komunikator

Komunikator merupakan pihak yang menjalankan proses strategi komunikasi. Untuk menjadi komunikator yang baik dan apat dipercaya oleh komunike atau khalayak sasaran, maka komunikator harus memiliki daya tarik serta kredibilitas.

- **Daya tarik**

Adalah manusiawi jika komunike atau khalayak sasaran yang cenderung merasa memiliki kesamaan dengan komunikator akan mengikuti apa yang diinginkan oleh komunikator. Dalam hal ini, komunike atau khalayak sasaran melihat komunikator memiliki daya tarik tertentu sehingga

khalayak sasaran bersedia untuk merubah pikiran, sikap, pendapat, dan perilakunya sesuai dengan yang diinginkan oleh komunikator. Daya tarik juga dapat dilihat dari penampilan komunikator.

- **Kredibilitas**

Selain daya tarik, kredibilitas komunikator juga menjadi alasan kuat khalayak sasaran atau komunikate bersedia merubah pikiran, sikap, pendapat, dan perilakunya sesuai dengan isi pesan yang disampaikan oleh komunikator. Kredibilitas komunikator adalah faktor yang membuat khalayak sasaran percaya kepada apa yang disampaikan oleh komunikator dan mengikuti kemauan komunikator. Komunikator yang benar-benar menguasai permasalahan dan memiliki penguasaan bahasa yang baik cenderung dipercaya oleh khalayak sasaran.

b. Pesan Komunikasi

Pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada khalayak sasaran atau komunikate dalam strategi komunikasi pastinya memiliki tujuan tertentu. Tujuan inilah yang menentukan teknik komunikasi yang akan dipilih dan digunakan dalam strategi komunikasi. Dalam strategi komunikasi, perumusan pesan yang baik dengan mempertimbangkan situasi dan kondisi khalayak sangatlah penting. Pesan yang dirumuskan oleh komunikator hendaknya tepat mengenai khalayak sasaran. Menurut Soeganda Priyatna (2004), terdapat syarat-syarat yang harus dipenuhi agar pesan yang disampaikan dapat mengena kepada khalayak sasaran yaitu :

- **Umum** – pesan disampaikan adalah pesan yang bersifat umum dan mudah dipahami oleh khalayak sasaran

- **Jelas** – pesan yang disampaikan harus jelas dan tidak menimbulkan salah penafsiran
- **Bahasa jelas** – bahasa yang digunakan dalam proses penyampaian pesan hendaknya menggunakan bahasa yang jelas dan sesuai dengan khalayak sasaran serta tidak menggunakan istilah-istilah yang tidak dimengerti oleh khalayak sasaran
- **Positif** – pesan yang disampaikan kepada khalayak sasaran dilakukan dengan cara-cara yang positif sehingga mendatangkan rasa simpati dari khalayak sasaran
- **Seimbang** – pesan yang disampaikan kepada khalayak sasaran disampaikan dengan seimbang, tidak melulu mengungkapkan sisi positif namun juga sisi negative agar khalayak sasaran dapat menerimanya dengan baik
- **Sesuai** – pesan yang disampaikan hendaknya disesuaikan dengan keinginan khalayak sasaran

c. Media Komunikasi

Kita telah mengetahui dan memahami berbagai pengertian media menurut para ahli, pengertian media massa menurut para ahli, serta pengertian media sosial menurut para ahli. Kesimpulan dari semua pengertian terkait media adalah bahwa media adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan komunikasi. Media komunikasi kini tidak lagi terbatas pada media massa yang memiliki beberapa karakteristik media massa masing-masing. Kehadiran internet sebagai media komunikasi telah melahirkan berbagai media komunikasi modern baru. Dalam strategi komunikasi, kita perlu mempertimbangkan pemilihan media komunikasi yang tepat dan dapat menjangkau khalayak sasaran dengan tepat dan cepat serta. Pemilihan media komunikasi dalam strategi komunikasi disesuaikan dengan tujuan yang hendak dicapai, pesan yang akan disampaikan, serta teknik komunikasi yang digunakan.

d. Khalayak Sasaran

Dalam strategi komunikasi, melakukan identifikasi khalayak sasaran adalah hal penting yang harus dilakukan oleh komunikator. Identifikasi khalayak sasaran disesuaikan dengan tujuan komunikasi. Terdapat beberapa faktor yang harus dipertimbangkan ketika melakukan identifikasi khalayak sasaran, yaitu :

- **Kerangka pengetahuan atau *frame of reference***

Pesan-pesan komunikasi yang akan disampaikan dalam strategi komunikasi kepada komunike atau khalayak sasaran hendaknya disesuaikan dengan kerangka pengetahuan khalayak agar pesan dapat dengan mudah diterima serta dipahami oleh khalayak sasaran.

- **Situasi dan kondisi**

Yang dimaksud dengan situasi adalah situasi komunikasi ketika khalayak sasaran menerima pesan-pesan komunikasi. Sedangkan yang dimaksud dengan kondisi adalah keadaan fisik psikologis khalayak sasaran. Pesan komunikasi yang dsampaikan kepada khalayak sasaran hendaknya mempertimbangkan situasi dan kondisi khalayak sasaran agar pesan dapat tersampaikan dengan efektif.

- **Cakupan pengalaman atau *field of experience***

Pesan-pesan komunikasi yang akan disampaikan dalam strategi komunikasi kepada komunike atau khalayak sasaran juga hendaknya disesuaikan dengan cakupan pengalaman khalayak sasaran agar pesan dapat dengan mudah diterima serta dipahami oleh khalayak sasaran.

Proses Perencanaan Strategi Komunikasi

Secara garis besar, terdapat 4 (empat) tahapan dalam proses strategi komunikasi yaitu analisa situasi, mengembangkan tujuan serta strategi komunikasi, mengimplementasikan strategi komunikasi, dan mengukur hasil usaha yang telah dilakukan. Perlu dipahami bahwa strategi komunikasi yang diterapkan dalam berbagai konteks komunikasi mungkin tidak sama namun secara garis besar memiliki alur yang sama.

1. Analisis situasi yaitu menggunakan penelitian untuk melakukan analisis situasi yang secara akurat dapat mengidentifikasi berbagai permasalahan serta peluang yang dimiliki.
2. Mengembangkan rencana tindakan strategis yang ditujukan kepada berbagai permasalahan yang telah diidentifikasi sebelumnya. Hal ini mencakup tujuan umum, tujuan yang dapat diukur, identifikasi khalayak sasaran dengan jelas, target strategi, serta taktik yang efektif.
3. Menjalankan perencanaan dengan alat-alat komunikasi dan tugas yang memberikan kontribusi untuk mencapai tujuan.
4. Mengukur kesuksesan strategi komunikasi dengan menggunakan alat-alat evaluasi.

Manfaat Mempelajari Teori Strategi Komunikasi

Mempelajari teori strategi komunikasi dapat memberikan manfaat kepada kita diantaranya adalah sebagai berikut :

- Kita memahami pengertian strategi dan strategi komunikasi.
- Kita memahami tujuan umum strategi komunikasi.
- Kita memahami landasan teori strategi komunikasi.
- Kita memahami komponen komunikasi dan kaitannya dengan strategi komunikasi.

- Kita memahami proses strategi komunikasi.¹

2.3.Strategi

2.3.1. Pengertian Strategi

Strategi berarti merencanakan untuk mencapai tujuan mereka, tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi harus dapat berbagi keterampilan manajemen operasional, bukan hanya bertindak sebagai jalan untuk memberikan arahan.²

2.3.2. Tujuan Strategi

Agar usaha yang akan dijalankan, bisa berhasil dan bisa mencapai tujuan yang sifatnya jangka panjang.

2.3.3. Fungsi Strategi

Untuk menyusun, menerapkan dan mengevaluasi keputusan dan tindakan digunakan untuk memformulasikan serta mengimplementasikan.



2.4. Komunikasi

¹ <https://pakarkomunikasi.com/teori-strategi-komunikasi>

² Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), Cet, ke-21. h. 32

2.4.1 Pengertiann Komunikasi

Komunikasi dapat didefinisikan sebagai proses dimana seorang komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan melalui media dengan hasil tertentu.³

2.4.2 Tujuan Komunikasi

Untuk memberikan pengetahuan atau informasi kepada orang lain sehingga dapat memengaruhi pemikiran, mengubah sikap, dan mendorong orang lain untuk melakukan hal tertentu.

2.4.3 Fungsi Komunikasi

Yaitu sebagai alat kendali. Maksud dari alat kendali yaitu dengan komunikasi maka perilaku individu dapat dikontrol dengan penyampaian aturan yang harus dipatuhi.

2.5.Strategi Komunikasi

2.5.1. Pengertian Strategi Komunikasi

Aloa Liliwari, adalana bukunya yang berjudul “Komunikasia Serbaa terdapat Serbaa Makna”a berkata bahwa strategia komunikasia ialah seni manajemen yang mengartikulasikan, a menjelaskan, a dana mempromosikana suatua visia komunikasia dana tujuana dari serangkaian komunikasi, a dan mentransfer pengetahuan dan informasi kepada orang lain. Ini menyatakan bahwa itu adalah formulasi yang sangat baik untuk diberikan kepada orang-orang.

³ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010) h. 4

Hasilnya dapat mempengaruhi pemikiran, mengubah perilaku, dan mendorong orang lain untuk melakukan hal-hal tertentu.⁴

2.5.2. Tujuan Strategi Komunikasi

Ada 3 tujuan strategi komunikasi :

1. Toa Securea Understandinga

Tujuannya agara bisaa memastikana bahwaa komunikana pahama terhadap pesana yanga disampaikan.a

2. Toa Establisheda Acceptancea

Padaa tahapa ini,a setelaha komunikasia di terima kemudiana harusa melakukana pembinaana kepadaa penerima.a

3. Toa Move Actiona

Setelah tahap penerimaan kedua sudah dibina, kemudian kegiatan tersebut harus dimotivikasikan.⁵

2.5.3. Fungsi Strategi Komunikasi

Yaitu menyebarkan pesan komunikasi yang bersifat informative, persuasive serta instruktif secara sistematis pada sasaran buat memperoleh akibat yang optimal.⁶

2.6. Internet

⁴ Alo Liliweri, *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group), 2011) h. 240

⁵ Onong Uchjana Effendy, *Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT Rosdakarya, 2006) cet ke 21. h. 32

⁶ Onong Uchjan Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004)

2.6.1 Pengertian Internet

Internet adalah asal mula jaringan yang terdiri dari jangkauan global jaringan pribadi, publik, akademik, bisnis, dan kota yang dihubungkan oleh berbagai jaringan listrik, nirkabel, dan optik. Internet membawa berbagai sumber informasi dan layanan, termasuk dokumen hypertext yang saling terkait, perangkat lunak World Wide Web (WWW), email, telepon, dan berbagi file. Asal usul Internet berasal dari penelitian oleh pemerintah federal AS pada 1960-an dan penggunaan jaringan komputer untuk menciptakan komunikasi yang kuat dan toleran terhadap kesalahan.⁷ Jaringan Internet utama, ARPANET, pertama kali berfungsi sebagai tulang punggung untuk interkoneksi jaringan militer dan akademik regional pada 1980-an. Pendanaan National Science Foundation Network menjadi tulang punggung baru pada 1980-an, dan pendanaan swasta untuk ekspansi komersial lainnya mendorong partisipasi global dalam pengembangan teknologi jaringan baru dan integrasi beberapa jaringan.⁸ Interkoneksi jaringan komersial dan perusahaan pada awal 1990-an menandai awal transisi ke Internet baru dan membentuk pertumbuhan eksponensial berkelanjutan saat generasi personal komputer institusional, personal, serta seluler terhubung ke jaringan. Meskipun internet telah digunakan secara luas oleh para akademisi sejak tahun 1980-an, tetapi komersialisasi telah memasukkan layanan dan teknologinya ke dalam hampir setiap aspek kehidupan modern.

⁷ "IPTO – Information Processing Techniques Office" Diarsipkan 2014-07-02 di Wayback Machine., The Living Internet, Bill Stewart (ed), January 2000.

⁸ "Internet History – One Page Summary" Diarsipkan 2014-07-02 di Wayback Machine., The Living Internet, Bill Stewart (ed), January 2000.

Sebagian besar media komunikasi tradisional, termasuk telepon, radio, televisi, kertas, dan liputan surat, telah direformasi, didefinisikan ulang, atau dilewati oleh Internet, menciptakan layanan baru seperti email, telepon Internet, TV Internet, dan musik online, koran digital dan situs web streaming video. Surat informasi, buku, dan barang cetakan lainnya telah diadaptasi untuk menggunakan teknologi situs web atau telah dikerjakan ulang sebagai blog, umpan web, dan agregator informasi online. Internet telah memungkinkan dan mempercepat bentuk-bentuk baru hubungan eksklusif melalui pesan instan, institusi Internet, dan jejaring sosial. Belanja online telah tumbuh secara eksponensial untuk pengecer besar, usaha kecil dan pengusaha. Hal ini memungkinkan bisnis untuk memperluas kehadiran “di dalam toko” mereka, melayani pasar yang lebih besar, dan menjual produk dan layanan sepenuhnya secara online. Layanan antar-perusahaan dan keuangan di Internet berdampak pada rantai pasokan di seluruh industri.⁹

2.6.2 Tujuan Internet

Internet memfokuskan hal pertama di pembuatan akses yang terjangkau. Para kawan akan berkolaborasi buat mengembangkan dan mengadopsi teknologi yang menghasilkan konektivitas mobile lebih terjangkau serta menurunkan biaya pengiriman data pada seluruh dunia. Operator seluler akan memainkan kegiatan primer pada upaya ini.

Misi yang kedua merupakan buat menyediakan penggunaan data yang lebih efisien. Masyarakat akan berinvestasi di instrumen yang bisa mengurangi jumlah

⁹ "So, who really did invent the Internet?" Diarsipkan 3 September 2011 di Wayback Machine., Ian Peter, The Internet History Project, 2004. Retrieved 27 June 2014.

data yang diharapkan. Hal tadi termasuk pengembangan indera kompresi data, menaikkan kemampuan jaringan buat lebih efisien menangani data, dan menciptakan sistem untuk cache data secara efisien.

Tujuan utama ketiga adalah membuatnya dapat diakses oleh bisnis. Kemitraan Facebook mendukung pengembangan berkelanjutan dari model bisnis dan layanan baru yang membuat orang lebih mudah mengakses Internet. Ini termasuk menguji contoh baru dari operator seluler, pembuat perangkat, pengembang, dan perjuangan lain untuk menyediakan akses dengan harga yang lebih terjangkau daripada sebelumnya.

2.6.3 Fungsi Internet

- **Sebagai Media Untuk Akses Informasi**

Internet jelas banyak dibutuhkan sebagai sarana untuk mendapatkan data, dengan adanya internet, orang lebih berakal dalam mendapatkan berbagai macam data penting. Dulu, orang perlu membaca buku untuk mendapatkan data, sehingga saat ini cenderung diselesaikan melalui web. Memang sekarang kita juga bisa mendapatkan berita, Anda bisa membaca dengan teliti berita atau buku digital, tidak perlu repot lagi untuk membeli buku atau perlu datang ke perpustakaan.

- **Sebagai Media Bertukar Sumber Daya**

Dengan internet kita dapat memperdagangkan aset atau informasi dengan orang lain di seluruh planet ini. Ini harus dimungkinkan melalui web.

Sebagian dari aset atau informasi yang dibagikan di web setiap saat adalah makalah, komposisi, buku harian, foto, rekaman, rencana, dan lain-lain.

- **Sebagai Media Untuk Mengakses Berita**

Berbagai kesempatan dan wilayah di seluruh planet ini harus terlihat melalui berbagai tujuan berita berbasis web atau media online. Ini jelas harus dimungkinkan karena organisasi web. Kita bisa mendapatkan semua berita berbasis internet secara universal hanya dengan memanfaatkan web.

- **Kemudahan Dalam Berbelanja**

Pembeli online di Indonesia berkembang sangat pesat. Ini adalah verifikasi bahwa web menyediakan akomodasi untuk berbelanja apa pun dengan cepat dan efisien,

Menurut pandangan visioner bisnis, kehadiran web benar-benar membuat proses peningkatan bisnis lebih mudah, lebih cepat, dan lebih murah. Jadi, jelas bukan business as usual organisasi bisnis online di Indonesia berkembang pesat.

- **Sarana Hiburan**

Internet juga merupakan media yang sangat terkenal untuk tujuan hiburan, terutama di era milenial. Anak-anak berusia dua puluh hingga tiga puluh tahun sering menggunakan internet untuk mengakses situs hiburan seperti YouTube, Facebook, Instagram, tik-tok, dan lainnya.

2.7. Kerangka Pemikiran

